



Kit de herramientas para productores



Cómo Usar Esta Guía

Esta guía está diseñada para ayudar a los productores orgánicos a trabajar de manera más efectiva con los medios de comunicación, dando consejos prácticos para construir su reputación, contar su historia, y educar al público sobre la agricultura orgánica. Ya sea que un reportero les haya pedido una entrevista o esté buscando imágenes para acompañar una historia, el mensaje y las fotos que compartan deben reforzar la percepción pública de los alimentos orgánicos: limpios, frescos y cultivados con cuidado. Usen esta guía como referencia rápida para prepararse para interacciones con los medios y asegurarse de que su historia presente su granja y la agricultura orgánica de la mejor manera posible.



Cómo Trabajar con Periodistas Locales



Por Qué Es Importante

Los medios locales pueden ayudarlos mucho a que conozcan su granja, contar su historia y enseñar a la gente sobre agricultura orgánica. Pero si no se preparan bien o dicen algo incorrecto, puede salir mal. Esta guía los ayudará a hablar con reporteros con confianza, ya sea para algo positivo o cuando les hagan preguntas difíciles.

1. Piensen Antes de Hablar

Antes de hacer cualquier entrevista:

- Pregúntense: ¿Por qué voy a hacer esto?
- Tengan claro su objetivo: ¿quieren promover su granja, corregir información falsa, o compartir lo que saben?
- *Si ustedes no son las personas indicadas para hablar, manden al reportero con alguien más.*

Si no están listos, mejor no lo hagan.

2. Preparen Su Mensaje

Los reporteros casi siempre tienen prisa, así que su mensaje debe ser:

- Claro: Que se entienda fácil
- Verdadero: Basado en hechos reales
- Convincente: Que muestre por qué su trabajo es importante
- Útil: Que inspire a la gente a apoyarlos o entenderlos

Tip: *Piensen en qué quieren que la gente recuerde. ¿Qué título les gustaría ver en el periódico?*

3. No Se Salgan del Tema

Las entrevistas no son pláticas casuales; son oportunidades para contar su historia.

- Mantengan las respuestas cortas y al punto
- Usen palabras simples: eviten términos muy técnicos
- Repitan los puntos importantes para que no se les olviden
- No se sientan obligados a responder todo directamente. Mejor "conecten" con su mensaje:

Ejemplos de Cómo Conectar:

- *"Esa es buena pregunta, pero lo más importante es..."*
- *"Déjenme explicarles mejor..."*
- *"Lo que esto significa para nuestra comunidad es..."*



Guía para Miembros de CCOF



4. Entiendan Las Reglas

- Todo lo que digan puede salir publicado, incluso antes o después de la entrevista oficial
- No digan "esto no lo publiquen" (off the record), casi nunca lo respetan
- Si no saben algo, díganlo: nunca adivinen
- Si se sienten incómodos, pueden hacer una pausa o pedir que les expliquen mejor

5. Hagan Buenas Relaciones

- Traten a los reporteros con respeto, aunque hagan preguntas difíciles o tontas
- Den información útil y honesta
- Si se equivocan en algo, hablen con ellos después para corregirlo de manera respetuosa
- Recuerden: Los reporteros son como el mensajero, la gente es su audiencia real

6. Errores Que Deben Evitar

- No hablen mucho: manténganse en el tema
- No adivinen o digan qué va a pasar en el futuro
- No hablen por otras granjas, negocios o por CCOF
- No se enojen, aunque los presionen
- No digan "no tengo comentarios". Mejor digan "No soy la persona indicada para responder eso" o "Les puedo conseguir esa información después".

7. Temas Útiles para Productores Orgánicos

- Cómo la agricultura orgánica ayuda a la economía local
- Los beneficios ambientales de producir orgánico
- El cuidado y la calidad que requiere la certificación
- Cómo los consumidores pueden apoyar a productores orgánicos locales

Recuerden: Las historias positivas con hechos reales crean confianza y apoyo de la comunidad. ¿Cómo llegar ahí? Prueben esto: "Esa es una excelente pregunta, pero primero déjenme platicarles un poquito sobre lo que significa que nuestra granja esté certificada por CCOF."

8. Sean un Recurso, No Solo una Historia

- No solo hablen con reporteros cuando quieran que los mencionen; ofrezcan ayuda todo el año
- Díganles a los reporteros que pueden llamarlos para:
 - Explicar cómo funciona la agricultura orgánica
 - Dar su punto de vista sobre noticias de agricultura
 - Conectarlos con otros expertos o agricultores que conozcan

Cuando son útiles, los van a llamar primero, no al último.



Lista de Verificación: ¿Debo Hacer Esta Entrevista?

Una Guía Práctica para Decidir



Paso 1: Entiendan Qué Les Están Pidiendo

Antes de decir que sí, averigüen:

- ☐ ¿Quién es el reportero?
- ☐ ¿Para qué periódico, radio o TV trabaja?
- ☐ ¿De qué va a tratar la historia?
- ☐ ¿Quieren solo una frase, una entrevista completa, o qué?
- ☐ ¿La historia va a ser positiva, neutral, o puede ser negativa?
- ☐ ¿Tienen mucha prisa?

Si no tienen esta información, pídanla antes de decidir.

Paso 2: SepanCuál Es Su Objetivo

Pregúntense:

- ☐ ¿Quiero enseñar a la gente sobre agricultura orgánica?
- ☐ ¿Es una buena oportunidad para promover mi granja o el movimiento orgánico?
- ☐ ¿Puedo dar información útil y verdadera sobre este tema?
- ☐ ¿Tengo tiempo para prepararme bien?
- ☐ ¿Soy la persona indicada para hablar, o mejor los mando con alguien más (otro agricultor, CCOF, etc.)?

Si responden que no a estas preguntas, mejor no hagan la entrevista.

Paso 3: Piensen en Los Riesgos

Pregúntense:

- ☐ ¿Pueden usar mis palabras de manera incorrecta?
- ☐ ¿Es un tema muy controversial o político?
- ☐ ¿Me están pidiendo adivinar, criticar a otros, o hablar de cosas que no sé bien?
- ☐ ¿Me siento presionado, sin preparación, o inseguro?

Si responden que sí a estas preguntas, mejor no hagan la entrevista.



Lista de Verificación: ¿Debo Hacer Esta Entrevista?

Una Guía Práctica para Decidir

Paso 4: Vean Si Vale la Pena

- ☐ ¿Esta historia va a ayudar a que la gente entienda mejor la agricultura orgánica?
- ☐ ¿Les va a dar buena publicidad a su granja o a la comunidad agrícola local?
- ☐ ¿Participar me va a ayudar a tener mejor relación con este reportero o medio?

Si agrega valor y el riesgo no es muy alto, vale la pena pensarlo.

Paso 5: Decidan

☒ **SÍ hagan la entrevista si:**

- ☐ Entienden el tema y pueden hablar con confianza
- ☐ Va con sus objetivos y promueve su trabajo o la industria orgánica
- ☐ Tienen tiempo para prepararse y mantenerse en el mensaje

☐ **NO hagan la entrevista si:**

- ☐ Se sienten sin preparación o incómodos
- ☐ El tema no es algo que conocen bien
- ☐ Sienten que es una trampa o puede dañar su reputación
- ☐ Simplemente no tienen tiempo para hacerlo bien



Guía de Fotos: Cómo Tomar Buenas Fotos para Marketing y Medios



Por Qué las Fotos Son Importantes

Una buena foto puede:

- Hacer que su granja salga en las noticias
- Conseguir más atención en redes sociales
- Mostrar a los clientes el cuidado que ponen en sus productos
- Hacer que la gente se identifique más con lo orgánico

1. La Gente Hace Que Sea Personal

- Muestren personas trabajando en su granja, no solo plantas o productos
- Las fotos de acción son mejores: plantando, cosechando, alimentando animales, etc.
- Las sonrisas están bien, pero los momentos naturales son más importantes
- Eviten fotos de grupo muy posadas a menos que sea para un premio o evento especial
- Las fotos de gente real haciendo trabajo real siempre llaman la atención.

2. Muestren Sus Productos de Forma Natural

- Usen fondos limpios y simples (paredes del granero, campos, mesas)
- Eviten lugares desordenados que distraigan
- La luz natural es mejor: temprano en la mañana o tarde en la tarde

Tip: Una canasta con productos frescos se ve mejor en una mesa limpia que en la parte de atrás de una camioneta polvosa.

3. Enfóquense en la Granja

- ✓ Tomen fotos amplias de sus campos, invernaderos, o animales
- Incluyan cosas que muestren que es una operación orgánica: cultivos de cobertura, pilas de composta, letreros
- Capturen la belleza del lugar: amaneceres, hileras de cultivos, abejas en las flores
- Mantengan el equipo limpio y presentable si va a salir en la foto

4. Piensen Como Periodista o Cliente

- ¿Esta foto haría que alguien quisiera visitar su granja o comprar sus productos?
- ¿Funcionaría bien en un artículo o en su página web?
- ¿Se ve clara, brillante y positiva?
- Las fotos que se ven auténticas y acogedoras ayudan a crear confianza e inte



Guía de Fotos: Cómo Tomar Buenas Fotos para Marketing y Medios



5. Eviten Estos Errores Comunes

- Fotos borrosas u oscuras
- Desorden que distrae (basura, mangueras, áreas de trabajo desordenadas)
- Gente viendo hacia otro lado o que los agarraron desprevenidos
- Poses muy preparadas o que se ven falsas
- Imágenes de mala calidad, pixeladas (especialmente de teléfonos viejos)
- Lodo o excremento de animales

6. Tips Extra para Redes Sociales

- Las fotos verticales funcionan bien para Historias de Instagram y Facebook
- Mezclen primeros planos y fotos amplias para mantener su feed interesante

7. Calidad de Archivo para Periodistas

- Manden el archivo original; no manden capturas de pantalla o versiones comprimidas
- Prefieren alta resolución (por lo menos 1MB)



Beneficio para Miembros de CCOF

Los miembros de CCOF reciben un descuento del 20 por ciento en los servicios de relaciones públicas ofrecidos a través de la agencia oficial de CCOF, Comsint Communications. Este beneficio exclusivo incluye apoyo en relaciones con los medios, desarrollo de marca, producción de video, comunicación de crisis, gestión de redes sociales y comunicaciones de promoción. Está diseñado para ayudar a los miembros a elevar sus historias y fortalecer su visibilidad entre diferentes audiencias y plataformas.

Para obtener más información, envíe un correo electrónico a Nick Puleo a npuleo@comsint.com.

